

Analisis isi komunikasi publik polri terkait mudik libur natal dan tahun baru

Rulinawaty¹, Dudi Yudhokusuma², Prasetyono Hendriarto³,

Dila Erlianti⁴, Rini Fitria⁵

¹Universitas Terbuka

²Universitas Langlangbuana

³Universitas Pakuan

⁴STIA Lancang Kuning

⁵IAIN Bengkulu

ruly@ecampus.ut.ac.id

Received: 22-12-2021, Revised: 31-01-2021, Acceptance: 10-02-2022

English Title: Content Analysis on Police' Public Communication on Christmas and New Year Homecoming.

Abstract

The government has decided to cancel the implementation of Community Activity Restrictions (PPKM) Level 3 in all regions, especially the State Civil Apparatus (ASN), during the 2021 Christmas and New Year holidays of 2022. State Civil Apparatuses (ASN) are not allowed to take leave or leave the area during Sunday national holidays, both before and after Christmas and New Year. The purpose of this research is to find out how Polri's public communication is related to the 2021 Christmas and New Year's holiday homecoming for 2022. The method used is Krippendorff content analysis which is carried out through digital observations on the Instagram account of the Indonesian National Police @divisihumaspolri for the period 1 December 2021 to 20 December 2021. The results of this study indicate that public communication carried out by the National Police through Instagram @divisihumaspolri is dominated by messages containing benefits for security and safety during the Christmas and New Year's 2022 holidays during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *content analysis; public communications; police; going home; christmas and new year.*

Abstrak

Pemerintah memutuskan untuk membatalkan penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 3 di seluruh daerah, khususnya Aparatur Sipil Negara (ASN), selama liburan Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Aparatur Sipil Negara (ASN) tidak diperkenankan mengambil cuti atau keluar daerah selama minggu hari libur nasional, baik sebelum

maupun sesudah Natal dan Tahun Baru. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana komunikasi publik Polri terkait dengan mudik libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Metode yang digunakan adalah analisis isi Krippendorff yang dilakukan melalui observasi digital pada akun Instagram Kepolisian Republik Indonesia @divisihumaspolri periode 1 Desember 2021 sampai 20 Desember 2021. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi publik yang dilakukan oleh Polri melalui Instagram @divisihumaspolri didominasi oleh pesan yang berisi manfaat terhadap keamanan dan keselamatan selama momen libur Natal dan Tahun Baru 2022 selama pandemi Covid-19.

Kata kunci: analisis isi; komunikasi publik; polri; mudik; natal dan tahun baru.

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan salah satu masalah kesehatan yang akan menjadi perhatian masyarakat di tahun 2020. Topik tersebut juga menjadi sorotan media karena dipandang sebagai situasi yang berpotensi berbahaya (Dwiputra, 2021; Susilo and Putranto 2021) dan telah mengubah seluruh tatanan kehidupan masyarakat (Wibowo, 2021). Pandemi COVID-19 juga telah mengubah statanan sosial kehidupan manusia, kesehatan masyarakat, dan aktivitas komersial (Nugroho, 2021; Setyastuti et al., 2021). Penerapan kebijakan tetap di rumah dilakukan untuk membendung penyebaran COVID-19 dengan menuntut jarak sosial melalui jarak sosial, karantina, dan isolasi (Sumandiyar et al., 2021). Kebijakan tersebut yang sampai saat ini terus diterapkan menjelang kegiatan mudik selama lebaran maupun libur Natal dan Tahun Baru 2022 untuk mengantisipasi kenaikan kasus Covid-19 seperti yang terjadi sebelumnya yakni pada beberapa kali masa libur panjang, termasuk saat libur Natal dan Tahun Baru 2020.

Mudik atau mengunjungi keluarga dan teman merupakan aspek penting dari budaya nasional (Wartoyo, 2020). Mudik (mulih dilik) adalah ritual budaya tahunan yang dilakukan sebelum perayaan hari besar Islam, khususnya Idul Fitri. Mereka yang sudah lama tinggal di berbagai kota di Indonesia kini kembali ke kampung halaman orang tuanya. Pulang kampung merupakan kegiatan perjalanan, selain dari pertimbangan budaya dan agama. Mudik merupakan salah satu bentuk perjalanan masal yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Kendaraan pribadi, pesawat, kereta api, kapal laut, sepeda motor, dan bus termasuk di antara alat transportasi yang digunakan. Karena itu, jika implementasinya tidak direncanakan dengan baik, akan banyak terjadi kemacetan lalu lintas (Indonesiabaik.id, 2017). Kembali ke kampung halaman, jauh dari hiruk pikuk kehidupan kota merupakan kebiasaan secara teratur. Baik saat Lebaran, liburan sekolah, Natal, dan tahun baru. Alhasil, mudik sudah menjadi salah satu bentuk budaya atau tradisi di Nusantara, yang dipraktikkan hampir setiap tahun. Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka waktu terbaik untuk berkunjung adalah saat Idul Fitri. Amalan ini juga dapat dipahami sebagai metafora kebangkitan spiritual sebagai akibat dari kurangnya spiritual yang disebabkan oleh kehidupan kota (Fitroh, 2020). Tradisi tersebut yang akhirnya menjadi pendorong masyarakat Indonesia khususnya dalam memanfaatkan momen

libur baik saat hari raya keagamaan maupun libur panjang lainnya seperti libur Natal dan Tahun Baru 2022. Hal tersebut yang akhirnya menjadi perhatian khusus bagi Polri dalam menjaga stabilitas selama pandemi Covid-19 agar kasus Covid-19 tidak meningkat selama momen mudik melalui serangkaian komunikasi publik.

Kegiatan dan metode komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran disebut sebagai komunikasi publik. Tujuan dari komunikasi publik adalah untuk menawarkan informasi kepada khalayak sasaran, meningkatkan kesadaran, dan mempengaruhi pandangan dan perilaku khalayak sasaran (Dijkzeul & Moke, 2005). Istilah "komunikasi publik" menyiratkan cakupan yang lebih luas daripada "komunikasi massa". Surat kabar, majalah, situs web, radio, dan televisi adalah contoh komunikasi massa. Istilah "komunikasi publik" menyiratkan kegiatan yang jauh lebih luas. E-mail, blog, jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter, Yahoo Messenger, Mobile (SMS), dan media lain yang dapat menjangkau khalayak yang besar, seperti demonstrasi, seminar, dan diskusi, semuanya digunakan dalam komunikasi publik (Romelteamedia, 2014).

Media sosial telah menjadi aspek yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Pengguna dapat membangun jaringan mereka sendiri di situs jejaring sosial, atau SNS, yang merupakan jenis media sosial. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat memilih teman mereka, jenis konten yang ingin mereka lihat, jenis hubungan yang ingin mereka miliki, dan apakah mereka ingin hal tertentu dilihat secara eksklusif kepada beberapa individu tertentu melalui media sosial (Mahardika & Farida, 2019). Era ini tidak berbeda dengan era sebelumnya, hanya saja web sekarang harus menghubungkan semua perangkat nyata dan virtual secara real-time. Web berikut (5.0) adalah web dinamis yang mendukung interaksi emosional dan cerdas antara pengguna dan web. Disebut juga *Web of Thoughts*, di mana sifat manusia dikawinkan dengan kecerdasan buatan (Aghaei et al., 2012; Susilo & Putranto, 2021).

Saat ini, hampir semua jenis informasi dapat dengan mudah ditemukan di *platform* media sosial, salah satunya adalah Instagram (Azkia & Monierie, 2019). Pengguna Instagram juga dapat dengan bebas berbagi pengalaman perjalanan mereka dengan menggunakan tagar dan geotag di postingan mereka. Wisatawan dapat membantu dengan harapan awal dengan mencari menggunakan tagar dan geotag (Andini & Kurniawan, 2020). Instagram adalah *platform* media sosial berbagi foto dan video untuk mengekspresikan presentasi diri seseorang secara *online* (Prasetya, 2020; Octaviana & Susilo, 2021). Instagram adalah *platform* jejaring sosial yang berfokus pada video dan gambar di mana setiap posting dapat berisi teks keterangan serta tagar dan komentar. Aplikasi ini dapat digunakan pada *Personal Computer* dan perangkat seluler, namun terutama ditujukan untuk perangkat seluler (McNely, 2012; Susilo, 2021).

Kesan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah untuk melarang individu pulang ke rumah selama wabah Covid-19 dipengaruhi oleh aspek struktural bahwa masyarakat masih berkeinginan untuk pulang setelah mendapat peringatan dari pemerintah. Harapan pemerintah terhadap pembatasan mudik di masa pandemi Covid-19 ini adalah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dari episentrum hingga ke daerah-daerah,

sesuai persepsi terkait larangan mudik di masa pandemi Covid-19. Maksud atau faktor sasaran dari larangan mudik di masa wabah Covid-19 ini adalah agar ritual mudik dapat diartikan sebagai sarana untuk mempererat persaudaraan dan meningkatkan kontak antara penduduk perkotaan dan pedesaan, baik secara horizontal maupun vertikal. Kesan masyarakat terhadap larangan bepergian selama pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh faktor keadaan, yang mengisyaratkan bahwa aturan pemerintah ini patut diapresiasi karena menunjukkan kepedulian dan semangat untuk memberantas Covid-19 (Damanik, 2020).

Dua berita dengan tema Larangan Mudik 2021 memiliki subtopik yang berbeda; yang pertama berfokus pada akibat negatif dari kebijakan larangan mudik tahun 2021, sedangkan yang kedua berfokus pada alasan atau pertimbangan kebijakan larangan mudik tahun 2021; namun secara skematis, kedua berita tersebut memiliki struktur yang sama. Berita pertama dilatarbelakangi masalah baru yang akan dipicu oleh kebijakan larangan mudik yaitu munculnya satwa liar yang risiko penularan Covid-19 lebih besar dari angkutan dinas karena lebih sulit dikendalikan, sedangkan berita kedua menghadirkan alasan kuat larangan mudik berupa data konkrit meningkat. Dalam empat hari libur panjang sebelumnya, Covid memiliki 19 kasus. Detail, motif, dan praanggapan juga dieksplorasi dalam konteks unik mereka. Kedua cerita tersebut mengandung bentuk kalimat aktif deduktif, koherensi, dan kata ganti yang sama, yaitu *dia* dan *kita*, dalam sintaksis unturnya. Kedua cerita tersebut juga memiliki pilihan kata dalam aspek stilistikanya. Sementara itu, tidak satu pun dari unsur retorika yang mengandung aspek metaforis, dan ekspresi semata-mata memiliki unsur grafis berupa gambar (Kusumawati & Yasin, 2021).

Strategi Komunikasi Pemerintah Terhadap Kebijakan Larangan Mudik Lebaran 2021 digalakkan melalui pemberitaan di berbagai media, antara lain televisi, radio, media *online*, dan media sosial, serta media luar ruang seperti spanduk yang dipasang di lokasi-lokasi kritis. Tidak hanya itu, pemerintah juga melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat, seperti imbauan dan penjelasan langsung di terminal, dan lingkungan masyarakat dengan melakukan pendekatan ke level RT dan RW di masing-masing wilayah (Yunita & Amalliah, 2021). Secara topik penelitian terdahulu lebih mendiskusikan terkait mudik selama lebaran. Namun dalam penelitian ini lebih terfokus pada mudik selama natal 2021 dan tahun baru 2022. Secara metode, penelitian dahulu menggunakan analisis wacana, wawancara, dan penelitian lapangan yang lebih menggunakan pendekatan kualitatif. Namun pada penelitian ini lebih menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi publik Polri terkait dengan mudik libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi untuk mendeskripsikan unsur-unsur dan karakteristik isi postingan. Analisis isi adalah pendekatan sistematis untuk mengevaluasi isi dan penyampaian pesan, serta alat analisis untuk memantau dan menganalisis aktivitas komunikasi

komunikator terpilih (Krippendorff, 2018; Susilo & Putranto, 2021). Peneliti menggunakan dua *coder* untuk memastikan objektivitas dalam pengkodean dan pengumpulan data. Dua *encoder* digunakan, dan uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan kebenaran data dan untuk memeriksa keaslian data yang dikumpulkan. Dalam uji reliabilitas, dua *encoder* digunakan untuk menilai validitas data yang diperoleh dan menentukan kebenarannya.

Peneliti kemudian melihat postingan Instagram @divisihumaspolri sejak 1 Desember 2021 sampai 20 Desember 2021, peneliti melakukan analisis isi untuk melihat postingan yang berkaitan tentang komunikasi publik di Instagram @divisihumaspolri. Komunikasi publik dalam penelitian ini berfokus pada isi pesan. Beberapa indikator dalam isi pesan meliputi 1) kemudahan untuk dipahami audiens, 2) menarik perhatian audiens, 3) intensitas pesan, 4) manfaat pesan.

Penelitian ini menggunakan rumus Holsti untuk menghitung data dari dua pembuat kode (Samiei & Mehrabi, 2019; Susilo & Putranto, 2021). Karena peneliti berusaha melihat secara kuantitatif isi postingan Instagram, kemudian menganalisis konten postingan, membaca simbol, dan menginterpretasikan konten interaksi simbolik postingan Instagram @divisihumaspolri, maka digunakan pendekatan analisis konten. Peneliti menggunakan prosedur berikut dalam metode analisis konten ini: pertama, peneliti meneliti postingan Instagram @divisihumaspolri periode 1 Desember 2021 sampai 20 Desember 2021. Kedua, peneliti mengunjungi Instagram @divisihumaspolri untuk melihat postingan yang berkaitan tentang komunikasi publik di Instagram. Ketiga, *encoder* mengurutkan posting setelah dikumpulkan. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis pada langkah keempat.

$$PAo = 2A / (N1+N2)$$

Dimana PAo menunjukkan kesepakatan persentase antara dua *coder*, A menunjukkan jumlah penilaian yang dibuat oleh dua *coder*, dan N1 dan N2 menunjukkan jumlah keputusan yang diambil oleh *coder*, masing-masing.

DISKUSI

Peneliti mengumpulkan 11 postingan Instagram @divisihumaspolri dan menilai kehandalan data menggunakan metode Holsti. Indikator isi pesan meliputi 1) kemudahan untuk dipahami audiens, 2) menarik perhatian audiens, 3) intensitas pesan, 4) manfaat pesan.

Tabel 1. Analisis Postingan oleh Dua *Coder* periode 1 Desember 2021 sampai 20 Desember 2021

Tanggal	Coder 1				Coder 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	-	-	-	2	1	-	-	1
2	-	-	-	3	-	-	-	3

3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	1	-	-	-	1
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-	-	-	-
18	2	-	-	1	2	-	-	1
19	-	-	-	-	-	-	-	-
20	1	-	-	1	2	-	-	-
Total	3	-	-	8	5	-	-	6

* **1)** kemudahan untuk dipahami audiens, **2)** menarik perhatian audiens, **3)** intensitas pesan, **4)** manfaat pesan

Tabel 1 menggambarkan temuan proses pengkodean *coder 1* dan *coder 2* pada 11 postingan yang telah dipisah berdasarkan tanggal dan indikasinya masing-masing. Selain itu, Tabel 2 di bawah ini memberikan ringkasan dari indikator-indikator tersebut.

Tabel 2. *Coder Output*

Variabel	Coding Output		
	Coder 1	Coder 2	Agreement between two coders
<i>Kemudahan untuk dipahami audiens</i>	3	5	3
<i>Menarik perhatian audiens</i>	-	-	-
<i>Intensitas pesan</i>	-	-	-
<i>Manfaat pesan</i>	8	6	6
Total	11	11	9

$$Pao = 2A / (N1+N2)$$

$$= 2(9)/11+11$$

$$= 18/22$$

$$= 0,81 (81\%)$$

Data dikatakan reliabel jika dapat memiliki nilai toleransi minimal 70% atau lebih dari 0,7% (Holsti, 1969). Unsur reliabilitas 0,81 atau 81% berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus reliabilitas *Coder* Holsti. Oleh karena itu, data yang diperoleh dinyatakan reliabel karena melebihi batas minimum. Berdasarkan hasil dari pengkodean yang sudah dilakukan terhadap indikator isi pesan yang meliputi 1) kemudahan untuk dipahami audiens, 2) menarik perhatian audiens, 3) intensitas pesan, 4) manfaat pesan. Indikator manfaat pesan mendominasi dalam postingan Instagram @divisihumaspolri.



Gambar 1. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 1 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021a)

Berdasarkan Gambar 1 ditunjukkan bahwa manfaat yang dimunculkan dalam postingan Instagram @divisihumaspolri pada tanggal 1 Desember 2021 adalah munculnya pemahaman masyarakat bahwa momen mudik selama libur Natal dan Tahun Baru 2022 tidak dijadikan momen untuk melakukan mudik atau mobilisasi lainnya. Untuk menjaga situasi tersebut, terlihat dari langkah TNI dan Polri yang mengerahkan personelnya untuk memberikan pengamanan selama libur Natal dan Tahun Baru 2022 melalui Operasi Lilin tahun 2021. Melalui postingan tersebut diharapkan masyarakat tidak melakukan tradisi libur Natal dan Tahun Baru 2022 seperti sebelum pandemi Covid-19. Demi memaksimalkan Operasi Lilin 2021, maka Polri mendirikan pos pengamanan di setiap lokasi dalam memantau mobilitas masyarakat yang ditengarai akan melakukan aktivitas berkerumun atau membuat keramaian yang dilarang dalam perayaan Natal dan Tahun Baru 2022 seperti pawai, pesta kembang api, sampai arak-arakan dengan kerumunan besar.



Gambar 2. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021b)

Pada Gambar 2 ditunjukkan bahwa postingan Instagram @divisihumaspolri pada tanggal 2 Desember 2021 adalah memunculkan pemahaman bagi masyarakat bahwa pihak Polri memberikan pengamanan bagi masyarakat agar mencegah lonjakan kasus Covid-19 saat libur Natal dan Tahun Baru 2022. Selain itu, Polri juga menyiapkan sejumlah strategi dalam mengantisipasi lonjakan kasus Covid-19 saat Natal dan Tahun Baru 2022. Melalui postingan tersebut juga diharapkan agar masyarakat mendapatkan manfaat dari informasi yang disampaikan oleh Polri. Salah satunya adalah dengan wajib melampirkan Surat Vaksinasi dan Antigen/PCR kepada masyarakat yang mudik dengan kondisi tertentu. Polri juga menyiapkan pos-pos untuk melakukan Vaksinasi untuk masyarakat. Polri juga membentuk *Checkpoint* untuk memastikan Protokol Kesehatan agar berjalan dengan lancar. TNI dan Polri serta seluruh elemen masyarakat juga akan terus melaksanakan akselerasi dalam upaya percepatan langkah Vaksinasi Covid-19.



Gambar 3. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021c)

Berdasarkan Gambar 3, manfaat pesan dalam postingan tanggal 2 Desember 2021 untuk memberikan pemahaman masyarakat terhadap *Crowd Free Night* Pada Malam Tahun Baru 2022. *Crowd Free Night* merupakan kebijakan pembatasan mobilitas kendaraan dan pejalan kaki, yang nantinya akan diterapkan di Ibukota Jakarta dengan tujuan untuk membuat kota Jakarta sepi dari kerumunan masa di malam tahun baru sebagai langkah antisipasi penyebaran Covid-19. Seperti wilayah yang terimbas diantaranya jalan Sudirman-Thamrin, Ancol, Taman Mini, Kota Tua dan sejumlah titik yang sering menjadi perayaan malam tahun baru.



Gambar 4. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021d)

Pada Gambar 3, manfaat pesan dalam postingan tanggal 2 Desember 2021 untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa Polri mendirikan ribuan posko pengamanan dan pelayanan menjelang libur Natal dan Tahun Baru 2022 sebagai langkah pengamanan dan mengimplementasikan penegakan hukum terkait aturan yang ditetapkan pemerintah pusat dalam rangkaian Operasi Lilin Tahun 2021.



Gambar 5. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 20 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021e)

Berdasarkan Gambar 5, manfaat pesan yang dimunculkan dalam postingan Instagram @divisihumaspolri pada tanggal 20 Desember 2021 adalah masyarakat dapat merasa aman karena aturan dalam melakukan perjalanan kendaraan utamanya logistik dan transportasi barang lainnya di wilayah Jawa-Bali harus telah divaksinasi Dosis Pertama atau Lengkap dengan bukti tes Antigen maksimal 1x24 jam dan untuk luar Jawa-Bali Antigen maksimal 1x24 jam.



Gambar 6. Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 20 Desember 2021

Sumber: (Divisihumaspolri, 2021f)

Pada Gambar 6 postingan Instagram @divisihumaspolri pada tanggal 20 Desember 2021 memperlihatkan bahwa manfaat pesan postingan Instagram @divisihumaspolri agar masyarakat dapat dengan segera melakukan vaksinasi dengan dosis lengkap sebagai salah satu unsur syarat dalam melakukan perjalanan terutama menjelang liburan Natal tahun 2021 dan Tahun Baru 2022.

Dari postingan-postingan yang telah dikumpulkan melalui Instagram @divisihumaspolri, Polri melakukan komunikasi publik selama libur Natal dan Tahun Baru dengan memberikan gambaran-gambaran yang harus dilakukan selama libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Seperti melakukan pelarangan untuk mudik, karena berdasarkan dari pengalaman pada libur Natal dan Tahun Baru tahun lalu telah terjadi lonjakan kasus Covid-19. Hal tersebut yang akhirnya gencar diinformasikan kepada masyarakat untuk tidak mudik selama libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022.

Gambaran-gambaran tersebut selanjutnya dapat membuat masyarakat agar mendapatkan informasi yang lengkap terkait hal-hal yang perlu dilakukan selama libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Sehingga masyarakat dapat benar-benar menjalankan arahan dan himbuan Polri ketika libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Dengan begitu harapan agar kasus Covid-19 tidak meningkat dapat tercapai melalui kedisiplinan masyarakat.

KESIMPULAN

Kemudahan untuk dipahami audiens, menarik perhatian audiens, intensitas pesan, dan manfaat pesan telah menjadi indikator dalam melakukan analisis isi pesan sebagai bagian dalam komunikasi publik untuk mengetahui komunikasi publik Polri terkait dengan mudik libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Analisis data yang telah dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa komunikasi publik Polri terkait dengan mudik libur natal 2021 dan tahun baru 2022 dilakukan dengan memunculkan pesan yang bermanfaat bagi masyarakat selama momen libur Natal dan Tahun Baru demi mewujudkan keamanan dan keselamatan selama pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghaei, S., Nematbakhsh, M., & Farsani, H. (2012). Evolution of the world wide web: From WEB 1.0 TO WEB 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1–10.
- Andini, T., & Kurniawan, F. (2020). Analisis pembentukan ekspektasi wisata lewat fitur pendukung pencarian informasi di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(2), 503–523.
- Azkiya, V. O., & Monterie, Y. E. (2019). Pengaruh pesan instagram @Ricmaupdate terhadap minat remaja untuk menjadi anggota remaja islam masjid cut meutia. *Jurnal Kajian Media*, 3(2), 73–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkm.v3i2.2005>
- Damanik, R. A. (2020). *Persepsi Masyarakat Terkait Keputusan Pemerintah Tentang Larangan Mudik Selama Pandemi Covid-19*. UMSU.
- Dijkzeul, D., & Moke, M. (2005). Public Communication Strategies of International Humanitarian Organizations. *International Review of the Red Cross*, 87(860).
- Divisihumaspolri. (2021a). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 1 Desember 2021*. https://www.instagram.com/p/CW7F_LjjhAL/
- Divisihumaspolri. (2021b). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021*. <https://www.instagram.com/p/CW-O7m9JqQS/>
- Divisihumaspolri. (2021c). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021*. <https://www.instagram.com/p/CW-PCIYJeX4/>
- Divisihumaspolri. (2021d). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 2 Desember 2021*. <https://www.instagram.com/p/CW-QGC5jkbQ/>
- Divisihumaspolri. (2021e). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 20 Desember 2021*. <https://www.instagram.com/p/CXsyyTjJXQW/>
- Divisihumaspolri. (2021f). *Postingan Instagram @divisihumaspolri Tanggal 20 Desember 2021*. <https://www.instagram.com/p/CXtAZQzJgej/>
- Dwiputra, K. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Fitroh, Q. (2020). *Mudik dalam Tradisi Nusantara*. <https://pssat.ugm.ac.id/id/mudik-dalam-tradisi-nusantara/>
- Holsti, O. R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities. *Reading, MA: Addison-Wesley (Content Analysis)*.
- Indonesiabaik.id. (2017). *Tradisi Mudik Indonesia*. <https://indonesiabaik.id/infografis/tradisi-mudik-indonesia-1>

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kusumawati, H., & Yasin, R. (2021). Dimensi Teks Berita Online Larangan Mudik 2021 di Tempo. com dan Kompas. com dalam Perspektif Teun A. Van Dijk. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 53–68.
- Mahardika, R., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- McNely, B. (2012). Shaping organizational image-power through images: Case histories of Instagram. *2012 IEEE International Professional Communication Conference*, 1–8.
- Nugroho, R. S. (2021). Menelaah kembali perilaku belanja makanan online di era pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(5 SE-Articles), 443–450. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i5.4117>
- Octaviana, V., & Susilo, D. (2021). Impact of @ RaikuBeauty instagram campaign content on brand image. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 270–284.
- Prasetya, M. (2020). Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 239–258. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.2301>
- Romelteamedia. (2014). *Komunikasi Publik: Pengertian dan Ruang Lingkup*. <https://www.romelteamedia.com/2014/06/komunikasi-publik-pengertian-dan-ruang.html>
- Samiei, D., & Mehrabi, Z. (2019). *Content analysis of the first chapter of the twelfth grade chemistry book based on the william romeys method and determining its importance with the shannon entropy method*. 1(3), 53–72.
- Setyastuti, Y., Suminar, J. R., Hadisiwi, P., & Zubair, F. (2021). Schooling from home: millennial moms family communication and media uses in COVID-19 . *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3 SE-Articles), 709–728. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i3.3844>
- Sumandiyar, A., Husain, M., Sumule G, M., Nanda, I., & Fachruddin, S. (2021). The effectiveness of hybrid learning as instructional media amid the COVID-19 pandemic. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3 SE-Articles), 651–664. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i3.3850>
- Susilo, D. (2021). *Analisis wacana kritis van dijk: sebuah model dan tinjauan kritis pada media daring*. Unitomo Press.
- Susilo, D, & Putranto, T. (2021). Content analysis of instagram posts related to the performance of the national search and rescue agency in early 2021. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1).
- Susilo, Daniel, & Putranto, T. (2021). Olympic Games 2020: Discourse of the Japanese Government after Postponed in japantimes. co. jp. *Jurnal Kajian Media*, 5(1).
- Wartoyo, F. X. (2020). Peran Negara Dan Masyarakat Dalam Menghadapi COVID-19 Dalam Perspektif Politik Dan Hukum. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(1), 29–40.
- Wibowo, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*,

5(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>

Yunita, R., & Amalliah, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Terhadap Masyarakat Mengenai Kebijakan Larangan Mudik Lebaran Tahun 2021 Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 6(2), 122–133.